



p-ISSN: 2622-1373 | p-ISSN: 2614-1159

MUKADIMAH**Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-ilmu Sosial**

Program Studi Pendidikan Sejarah FKIP - Universitas Islam Sumatera Utara, Medan

e-Journal: <http://jurnal.uisu.ac.id/index.php/mkd> | e-mail: mukadimah@fkip.uisu.ac.idVolume 3 Nomor 2
Agustus 2019

STRATEGI PEMASARAN *HOMESTAY* DI KABUPATEN SAMOSIR (Studi *Homestay* di Desa Huta Tinggi Kecamatan Pangururan)

Asmah Kartika Dalimunthe*

Politeknik Pariwisata Medan

Article History

Submitted: July 1, 2019

Accepted : August 1, 2019

Published : August 10, 2019

Kata Kunci

Strategi pemasaran,
perencanaan, *homestay*.

Abstrak

Penelitian ini terfokus kepada menganalisis strategi perencanaan dan pemasaran *homestay* yang selama ini sudah dilakukan di Desa Huta Tinggi. Pendekatan dan metode yang digunakan kualitatif dan metode yang digunakan deskriptif kualitatif dimana dalam proses pemerolehan data, peneliti terlibat langsung dengan informan turis lokal maupun mancanegara dan para pelaku pariwisata dan mengadakan *survey* langsung ke objek yang diteliti. Dari hasil analisa dan pengolahan didapatkan hasil tentang: 1) setiap pelaku usaha *homestay* harus memiliki keunggulan atas yang lainnya; 2) perencanaan *homestay* melibatkan semua komponen masyarakat dan 3) berdasarkan faktor internal dan eksternal maka strategi yang dilakukan intensif atau integratif. Strategi intensif merupakan strategi dengan cara penetrasi pasar, pengembangan produk dan pengembangan pasar, sedangkan strategi integratif dilakukan dengan cara integrasi ke depan, integrasi ke belakang dan integrasi. Peningkatan kualitas pelayanan termasuk juga sarana dan prasarana perlu ditingkatkan. Peran serta masyarakat, *stakeholders* dan Pemerintah merupakan hal mutlak yang tidak bisa diabaikan. Selain itu penyuluhan program Sapta Pesona kepada tokoh masyarakat khususnya para generasi muda bahwa aset yang dimiliki mempunyai daya tarik yang tinggi harus ditanamkan secara berkesinambungan.

PENDAHULUAN

Samosir merupakan sebuah pulau yang terletak di Kabupaten Samosir dan memiliki daerah yang berpotensi wisata yang berbasis pemandangan alam, wisata spiritual, wisata pertanian, wisata budaya dan perairan Danau Toba. Dengan seiringnya bertambahnya tingkat kunjungan yang datang ke Pulau Samosir, bagaimana dengan tingkat hunian *homestay* yang ada di pedesaan seperti di Desa Huta Tinggi Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir, seperti judul yang diangkat dalam penelitian ini yang berjudul “Strategi tentang Perencanaan dan Pemasaran *Homestay* di Desa Huta Tinggi Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir Provinsi Sumatera Utara”.

METODE DAN FOKUS PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Bodgan dan Taylor (Moleong, 2007, p. 3) yang dimaksud dengan “metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang perilakunya diamati”.

How to Cite (APA 6th Edition style):

Dalimunthe, A.K. (2019). Strategi Pemasaran *Homestay* di Kabupaten Samosir (Studi *Homestay* di Desa Huta Kecamatan Pangururan). *MUKADIMAH*, 3(2), 2019, 6-10.

DOI: 10.30743/mkd.v3i2.1131

*Corresponding Author: asmakartika@yahoo.com

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Lingkungan Internal

1) Pemasaran

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memenangkan persaingan adalah merubah keunggulan bersaing (*competitive advantage*) menjadi nilai tambah yang dimiliki pihak pelaku usaha *homestay* yang ada di Desa Huta Tinggi adalah antara lain:

- 1) *Service Nice*, yaitu para pihak pengelola hotel mendorong untuk memberikan *service* yang menciptakan serangan yang positif buat para pengunjung yang menginap di hotel tersebut;
- 2) Tarif yang dikenakan dan biaya sangat terjangkau.

Tabel Analisa Usaha *Homestay*

Modal Awal	Biaya Pengeluaran
- Renovasi Rumah	Rp. 42.000.000,-
- Pengadaan Perlengkapan Kamar dan Ruang lain	<u>Rp. 53.000.000,-</u>
Jumlah	Rp. 95.000.000,-
Total Biaya Operasional	Total Biaya Pengeluaran
- Sewa Rumah	Rp. 2.500.000,-
- Sabun mandi dan cuci	Rp. 150.000,-
- Kebersihan	Rp. 220.000,-
- Gaji Karyawan 3 orang @ Rp. 1.000.000	Rp. 3.000.000,-
- Makan pagi 30 hari x 4 kamar x Rp. 13.000	<u>Rp. 1.560.000,-</u>
Jumlah	Rp. 7.430.000,-

Sumber: Data diolah 2017

Analisa Lingkungan Eksternal

1) Persaingan pelaku usaha *homestay*

Para pengusaha jasa penginapan *homestay* pesaing yang akan mulai ataupun rencana untuk membangun *homestay* yang ada di Desa Huta Tinggi ini.

2) Ekonomi

Keadaan ekonomi yang tidak menentu dimana inflasi mempengaruhi tingkat perekonomian seseorang, sehingga akan membuat konsumen yang beralih pada penginapan *homestay* yang lebih murah yang ada di tempat lain khususnya di Kecamatan Pangururan.

Selanjutnya faktor peluang dan ancaman yang diuraikan di atas dimasukkan ke dalam *External Factor Evaluation Matrix* berikut ini:

Tabel External Factor Evaluation Matrix

Faktor Strategi Eksternal	Kode	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang				
1. Perkembangan teknologi	A	0,13	2	0,26
2. Target pasar pada masyarakat berpenghasilan rendah	B	0,18	3	0,54
3. Pertumbuhan penduduk	C	0,16	3	0,48
4. Pertumbuhan pemukiman	D	0,13	4	0,52
Sub Total				1,80
Ancaman				
1. Pesaing potensial	E	0,14	3	0,42
2. Laju inflasi tinggi	F	0,15	2	0,30
3. Kenaikan tarif listrik dan air	G	0,11	3	0,33
Sub Total				1,05
Total		1,00		2,85

Sumber: Data diolah 2017

Formulasi Strategi

Dari matriks EFAS dan IFAS yang telah diperoleh sebelumnya, kemudian disatukan untuk mendapatkan matriks I-E.

Tabel Matriks I-E

Faktor-faktor Strategi	KODE	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan				
1. <i>Service Nice</i>	A	0,11	3	0,33
2. Pemilihan fasilitas yang mampu menarik pengunjung	B	0,11	2	0,22
3. Tarif rendah	C	0,15	4	0,60
4. Pertumbuhan kunjungan tinggi	D	0,13	4	0,52
Sub Total				1,67
Kelemahan				
1. Fasilitas tidak memadai	E	0,13	3	0,39
2. Kurangnya fasilitas fisik	F	0,13	3	0,39
3. Sarana pendukung belum memadai	G	0,11	2	0,22
4. Pembiayaan dalam penunjang fasilitas masih berkurang	H	0,13	3	0,39
Sub Total				1,39
Total		1,00		3,06
Peluang				
1. Perkembangan teknologi	A	0,13	2	0,26
2. Target pasar pada masyarakat berpenghasilan rendah	B	0,18	3	0,54
3. Pertumbuhan penduduk	C	0,16	3	0,48
4. Pertumbuhan <i>homestay</i>	D	0,13	4	0,52
Sub Total				1,80
Ancaman				
1. Munculnya pesaing baru (pelaku usaha)	E	0,14	3	0,42
2. laju inflasi tinggi	F	0,15	2	0,30
3. Kenaikan tarif listrik dan air	G	0,11	3	0,33
Sub Total				1,05
Total		1,00		2,85

Sumber: Data diolah 2017

Analisa internal diperoleh skor tertimbang 3,06, sedangkan dari hasil analisis eksternal diperoleh skor tertimbang 2,85. berdasarkan komposisi ini maka pada ruang IV seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini.

Tabel Internal Eksternal Matriks

IFAS

	4.00	3.00	2.00	1.00
	3.00	I	II	III
EFAS	2.00	IV	V	VI
	1.00	VII	VIII	IX

Sumber : David (1997)

Menurut David A. Aaker (Aaker, 1997), ruang IV adalah posisi pada Growth and Build. Maka strategi yang harus dilakukan adalah strategi intensif atau integratif.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pada teori analisa SWOT (*strength, weakness, opportunity, and threat*) bahwa untuk masa depan pada suatu perusahaan/*homestay*, maka pelaku usaha harus mengetahui situasi dan kondisi perusahaan.

1. Analisa faktor-faktor internal

Setiap pelaku usaha wisata dalam menjalankan penginapan/ *homestay* tanpa terkecuali harus memiliki beberapa keunggulan atas yang lainnya, sebaliknya juga tidak terlepas dari kelemahan-kelemahannya.

2. Analisa faktor-faktor eksternal

Perumusan, strategi, kebijaksanaan serta taktik dirancang untuk mengarahkan pelaku usaha *homestay* dalam mencapai tujuan secara nyata, namun sebelum strategi dirumuskan, pihak perencanaan harus mengidentifikasi, menganalisa serta mendiagnosa peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungannya.

3. Berdasarkan penganalisaan dari faktor internal dan eksternal melalui matrik I-E, maka strategi bersaing yang harus dilakukan kedepan adalah strategi intensif atau integratif.

Saran

Dalam menjalankan usahanya untuk mencapai tujuannya sesuai dengan misinya, serta dalam pengembangan strategi untuk merebut peluang pasar jasa penginapan/*homestay*, penulis memberikan masukan yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pengembangan.

1. Melihat dari jumlah kunjungan dari tahun ketahun mengalami peningkatan yang lebih tinggi, maka sebaiknya pihak pengelolaan *homestay* melakukan perbaikan-perbaikan dan peningkatan sumber daya manusia serta peningkatan sarana dan prasarana fasilitas yang ada.
2. Di dalam memanfaatkan peluang pasar dan memperbesar kesempatan pertumbuhan usaha, maka sebaiknya pihak pengelola *homestay* harus dapat memberikan keyakinan pada pengunjung bahwa penginapan/*homestay* memiliki pelayanan, keamanan dan khususnya kenyamanan bagi pengunjung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada para informan yang telah menyediakan waktu dan memberikan informasi dalam penyelesaian karya ilmiah ini.

REFERENSI

- Aaker, David A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Cetakan Pertama. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, David. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum.
- Fandeli, Chafid. (1995). *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.
- Moleong, Lexy J. (1989). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Rosdakarya
- Steiner, George A. (1979) *Strategic Planning*. New York: The Free A Division of Macmillan Publishing Co. Inc.
- Wahab, Salah. (1992). *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Yoeti, Oka. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Yoeti, Oka. (1999). *Ekonomi Pariwisata, Sejarah, dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.